

Penyelenggara

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Sponsored By



DAUKY. elzatta tokopedia
KARYA ELHIJAB



SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER 2017

LUSTRUM I:

*"KITA Kukuhkan Kewirausahaan Inovatif
Berkelanjutan dalam Persaingan
Bisnis Era Digital"*



UNESA
Universitas Negeri Surabaya

manajemen
kita 10

SENIMA2

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	vii

E-BUSINESS

E-WORD OF MOUTH DAN VIRAL MARKETING Bambang Setiyo Pambudi	3
---	---

PENGARUH SELF EXPRESSIVE BRAND YANG DI “LIKE” PADA FACEBOOK TERHADAP BRAND LOVE, BRAND ACCEPTANCE, DAN WORD OF MOUTH DI SURABAYA Cristian Pratama Tanaya, Silvia Margaretha, Christina R. Honantha.....	14
--	----

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA LOYALITAS MEREK YANG DIMEDIASI OLEH KETERIKATAN MEREK (Studi Kasus Ojek Online di Surabaya) Dyah Anindita Dewangga Puri	26
---	----

THE ONLINE MARKETING OF TRANSPORTATION BUSSINESS M.C. Tri Atmodjo	35
--	----

PENGARUH ATTACHMENT TO SOCIAL MEDIA DAN ATTITUDE TOWARD SOCIAL MEDIA TERHADAP CC ADVOCACY DAN CB SUPPORTIVE BEHAVIOR BAGI PENGGUNA MEDIA SOSIAL LINE DI SURABAYA Nonik Natalia Sabanari, Indarini, Dudi Anandya	38
---	----

ILMU EKONOMI

PENGEMBANGAN UJIAN NASIONAL BERBASIS KOMPUTER MELALUI FORM APLIKASI TEST Ayu Sinta Dewi, Muhammad Edwar	49
---	----

ANALISIS NILAI TAMBAH KOMODITI AGROINDUSTRI BERBASIS SEREAL DI KABUPATEN JOMBANG Dwi Bhakti Iriantini, Mohamad Tohiron	59
--	----

PERAN PENDIDIKAN EKONOMI KELUARGA BERLATAR BISNIS DAN NON BISNIS TERHADAP PERILAKU EKONOMI Noor Azizah	73
--	----

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI MYOB ACCOUNTING DAN MINAT BELAJAR TERHADAP HASIL BELAJAR MAHASISWA Tri Rinawati	78
--	----

PENGARUH KARAKTERISTIK DOSEN TERHADAP MOTIVASI BELAJAR
MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI SURABAYA
Widhayani Puri Setuoningtyas 89

PENGARUH NILAI PENDIDIKAN KARAKTER TERHADAP
SOCIOPRENEURSHIP PADA ALUMNI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Yuli Kurnia F, Bisma Ariyanto 97

KEWIRAUSAHAAN

FAKTOR KREATIFITAS DALAM PENGEMBANGAN MODEL
INKUBATOR BISNIS DI ERA DIGITAL
Anna Pudianti, Anita Herawati, Anna Purwaningsih 113

UPAYA MEMBANGUN KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN
BERSKALA BESAR DENGAN BADAN USAHA BERBADAN HUKUM
Bagas Mullanda Saputra 121

KEWIRAUSAHAAN SOSIAL MELALUI PENGELOLAAN USAHA KRIPIK
TEMPE LUPIN
Dedi Rianto Rahadi, Etty Susilowaty 127

ANALISIS KELAYAKAN DAN SENSITIVITAS: STUDI KASUS INDUSTRI
KECIL TEMPE KOPTI SEMANAN, KECAMATAN KALIDERES, JAKARTA
BARAT
Etty Susilowati dan Haruni Kurniati 137

CINTA UMKM : SADAR SEPENUHNYA ATAU SETENGAH-SETENGAH
(?)
Ismayantika Dyah Puspasari , Erna Puspita , dan Dyah Ayu Paramitha 149

PENERAPAN ANALISIS STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY
THREAT PADA INDUSTRI BATIK DI JAWA TIMUR
Lestari, Kristiningsih dan Wiwik Herawati 161

REVITALISASI BATIK JUNJUNG SUNAN DRAJAT SEBAGAI PRODUK
FASHION WISATA RELIGI
Khozinatus Sadah, Yan Yan Sunarya 171

FINANCIAL LITERACY DALAM KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI KONSEP
AWAL DALAM BERWIRAUSAHA
Lik Anah 187

ENTREPRENEURIAL STRESS, DILIHAT DARI FACTOR TANGGUNG
JAWAB, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN DUKUNGAN
KELUARGA
Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang 193

**INKUBASI BISNIS MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS NAROTAMA BERDASARKAN KURIKULUM
KEWIRAUSAHAAN**

Natalia Damastuti, Santirianingrum Soebandhi201

**PENGARUH KEBUTUHAN AKAN PRESTASI, EFIKASI DIRI DAN
KESIAPAN INSTRUMEN TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN
MAHASISWA FAKULTAS BISNIS, FAKULTAS TEKNIK, DAN FAKULTAS
FARMASI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

P. Julius F Nagel, Ani Suhartatik207

**STRATEGI PENGEMBANGAN MODEL PENGELOLAAN SENTRA UMKM
KAWASAN WISATA RELIGI DI JAWA TIMUR**

Wahyudiono¹, JFX. Susanto Soekiman, Veronika Nugraheni Sri Lestari240

**PERAN UKM DALAM MENETAPKAN POSISI (POSITIONING) PRODUK
KHAS DAERAH MELALUI MANAJEMEN IMAGE DI ERA PERSAINGAN
GLOBAL: KAJIAN UKM DI KABUPATEN JOMBANG**

Wiwik Maryati254

KREATIFITAS DAN INOVASI

**KOMPETENSI DAN KRATIVITAS TEAM PADA UMKM DI WILAYAH
KECAMATAN BANTARSARI KABUPATEN CILACAP**

Andi Hendrawan dan Aneu Yulianeu265

**PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK KERAJINAN BATU AKIK
LEWAT PENGATURAN ARAH PANCAR ENERGI**

Felix Rebhung277

**PERANAN INOVASI DAN KREATIVITAS DALAM PENINGKATAN
PRODUKTIVITAS UKM PENGOLAH MANGGA PODANG (STUDI PADA
DESA TIRON, KECAMATAN BANYAKAN, KABUPATEN KEDIRI)**

Martina Purwaning Diah283

**MODEL PENGEMBANGAN DESA INOVATIF DI KABUPATEN BLORA
JAWA TENGAH**

Moh. Arif Bakhtiar E dan Choirum Rindah Istiqaroh.....284

MANAJEMEN KEUANGAN

**ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK DENGAN MENGGUNAKAN
METODE RGEC PADA BANK SYARIAH YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA (PERIODE 2010-2014)**

Abdul Karim,Windasari Rachmawati , Rahmatya Widyaswati295

ANALISIS FUNGSI BIAYA INDUSTRI MANUFAKTUR BESAR DAN
SEDANG KOTA SURAKARTA

Agung Riyardi, Vidi Pramady Sakti dan Candra Tri Jatmiko 312

PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP STOCK RETURN
SYNCHRONICITY PERUSAHAAN SEBAGAI BENTUK TRANSPARANSI
DI MASA YANG AKAN DATANG PADA SEKTOR CONSUMER GOODS DI
BURSA EFEK ASEAN PERIODE 0-05

Christha Meirin Diana Situmorang, Bertha Silvia Sutejo, dan Werner Ria Murhadi
..... 325

INDIKATOR MAKROEKONOMI DAN RASIO KEUANGAN PERUSAHAAN
DALAM MEMPREDIKSI FINANCIAL DISTRESS

Dian Oktarina 334

ANALISIS PENERAPAN PERENCANAAN PAJAK MELALUI REVALUASI
AKTIVA TETAP UNTUK MENGHEMAT PAJAK TERHUTANG WAJIB
PAJAK BADAN PADA PT. X

Dini Arwati 352

UPAYA PENINGKATAN HUMAN CAPITAL DAN KINERJA UKM
MELALUI PENGEMBANGAN MODAL SOSIAL

Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto, Mira Meilia Marka 364

FAKTOR - FAKTOR PENENTU MANFAAT YANG DIHARAPKAN UKM
PADA LAYANAN KREDIT PERBANKAN BERDASARKAN WILAYAH

Faizatul Hiqmah 373

KAJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA KINERJA
KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN YANG
TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEX)

Iman Karyadi, Ismangil, dan Siti Djamilah 385

PENGUJIAN TRADE OFF THEORY AND PECKING ORDER THEORY DI
JAKARTA ISLAMIC INDEX

Ira Wikartika dan Zumrotul Fitriyah 397

PENGARUH KEBERADAAN *BLOCKHOLDERS* TERHADAP VOLATILITAS
HARGA SAHAM

Latifah Anom, Abdul Azis Safii 407

IMPLIKASI PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN FINANCIAL MANAGEMENT PADA
PELAKU HOME INDUSTRY MANIK-MANIK KACA KECAMATAN GUDO
KABUPATEN JOMBANG

Meta Ardiana, Rachma Agustina, Susanti 415

ANALISIS CAMEL TERHADAP KESULITAN KEUANGAN

Mochamad Kohar Mudzakar.....	421
STUDI LITERATUR : PERAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN LEMBAGA PEMBIAYAAN TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH	
Noor Safrina, Akhmad Soehartono dan Aura Asrina Savitri	432
PEMAHAMAN LAPORAN KEUANGAN BERBASIS SAK ETAP: KONSEP DAN FAKTA DI KOPERASI SYARIAH SEMARANG	
Saifudin, Ardiani Ika Sulistyawati	448
MAKROEKONOMI DAN RASIO KEUANGAN TERHADAP NON PERFORMING FINANCING BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA	
Sholikha Oktavi Khalifaturofi'ah.....	454
PENGARUH ENTERPRISE RISK MANAJEMENT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN VARIABEL KONTROL: UKURAN PERUSAHAAN DAN DER	
Umi Murtini	468
MANAJEMEN PEMASARAN	
PENILAIAN KUALITAS JASA (LAYANAN) DENGAN PENDEKATAN KONSEPTUAL KUALITAS SOFT DAN HARD	
Albari	485
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP MINAT WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MENGGUNAKAN E-FILLING. (STUDI KASUS PADA WAJIB PAJAK PRIBADI DI KEL. TEGALSARI KEC. CANDI SARI KOTA SEMARANG)	
Asih Niati, Ratna Tunjungsari.....	497
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP EXPERIENTIAL MARKETING	
Atty Erdiana, Dijah Julindrastuti, Surenggono	507
POLA STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN FURNITUR INDONESIA	
Darwin Simanjuntak, Dihin Septianto	519
STUDI DESKRIPTIF CUSTOMER EXPERIENCE BERDASARKAN KANO'S MODEL DI STARBUCKS GALAXY MALL SURABAYA	
Ella Angelia Hongari, Fitri Novika Widjaja, dan Elsy Tandelilin	539
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOLAK ANGIN CAIR (STUDI PADA APOTEK K-4 DI SURABAYA TIMUR)	
Isna ayu Safitri Kusuma Dewi dan Anik Lestari Andjarwati	549

SUDI ANALISIS PENERAPAN RANTAI PASOKAN PADA KINERJA PEMASARAN

Novi Marlana, Tias A. Indarwati..... 557

ASAL DAERAH DAN SELERA MAKAN MAHASISWA UPH-TEACHERS COLLEGE

Selvi Esther Suwu, David Matahari 561

PENGARUH FOOD EXPERIENCE TERHADAP SATISFACTION WISATAWAN: STUDI KASUS KULINER KHAS JAWA TIMUR

Siti Rahayu 569

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI ALFAMARET. (Studi Kasus di Alfamaret Bandung)

Sri Wiludjeng SP dan Muhammad Nada Yudhana 580

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAN ARTI PENTING IMPULSE BUYING DALAM PEMASARAN

Suyono..... 591

ANALISIS CUSTOMER EXPERIENCE, EMOTIONAL VALUE TERHADAP NET PROMOTORE SCORE PADA KELAS MENENGAH KATEGORI CLIMBER DI KOTA MEDAN

Syafrizal Helmi Situmorang , Hardi Mulyono, Natasha Situmorang..... 595

PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Yosoca Kristian Antoh, dan Agustini Dyah Respati 606

MANAJEMEN PRODUKSI

STUDI FENOMENA RESILIENSI STRATEGI RANTAI PASOK UMKM SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI PROVINSI JAWA TIMUR

Lilia Pasca Riani..... 625

MANAJEMEN SDM

KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PENGEMBANGAN IDE PADA UMKM BORDIR DI TASIKMALAYA JAWA BARAT

Aneu Yulianeu dan Andi Hendrawan..... 639

TRAINING, TURNOVER DAN PRODUKTIVITAS KARYAWAN SEBAGAI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA PEWIRAUSAHA UMKM

Ardiani Ika Sulistyawati, Indarto, Saifudin 645

OPTIMALISASI PARTISIPASI ANGGOTA DAN PENGURUS DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING KOPERASI DI KOTA BANDUNG Benny Christian Sembiring, Wa Ode Zusnita Muizu, Yunizar	658
RANCANGAN EVALUASI PROGRAM PELAYANAN TERPADU SATU PINTU DENGAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) Elok Damayanti, Mohammad Wasil, Sugito Muzaqi	668
BUDAYA PEMBELAJARAN ORGANISASI UNTUK MENCIPTAKAN DAYA SAING UMKM MADURA Fathor. AS, Mohammad Arief	684
ANALISIS MANAJEMEN KOMPLAIN PADA OBJEK WISATA DI KOTA BATU Mohamad Nur Singgih dan Priyo Sudibyo	699
PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI DAN MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP INOVASI DAN KINERJA INDIVIDU Riane Johnly Pio dan Danny David Samuel Mukuan	713
PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KNOWLEDGE MANAGEMENT DI PT. PELINDO III (PERSERO) Wa Ode Zusnita Muizu, Ernie Tisnawati Sule, dan Maria Anindita Deitas	730
ANALISIS KEBUTUHAN <i>GROUND SUPPORT EQUIPMENT</i> (GSE) <i>TRAINING APPROVE</i> SEBAGAI UPAYA TERHADAP PENINGKATAN KOMPETENSI OPERATOR DI PT. GMF AEROASIA Wa Ode Zusnita Muizu, Annisa Dewinta Putri	743
KAJIAN <i>KNOWLEDGE</i> TRANSFER PADA KINERJA UMKM EKSPOR KOTA BANDUNG Wa Ode Zusnita Muizu, Unggul Pandugo Saget, Merita Bernik.....	753
PERAN SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI KEUNGGULAN BERSAING PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KOPERASI BERDASARKAN PERSEPSI ANGGOTA (STUDI KASUS PADA KOPERASI KOPERTIS JAWA BARAT) Wien Dyahrini	762

PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerahNya, sehingga kegiatan Seminar Nasional dan Call for Paper (SENIMA 2) dapat terselenggara dengan baik. Kegiatan ini merupakan Agenda Tahunan dari serangkaian kegiatan dalam memperingati hari jadi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang jatuh pada 5 Oktober.

Seminar Nasional dan Call for Paper (SENIMA 2) menjadi forum diskusi dan komunikasi para akademisi dan praktisi yang bergerak di bidang manajemen umumnya dan khususnya wirausaha. Kewirausahaan telah menjadi tren baru dalam dunia usaha saat ini. Peran kewirausahaan sangat besar dan menjadi bagian yang tak terpisahkan untuk perekonomian di Indonesia. Dalam rangka membangun dan mempertahankan kewirausahaan yang sukses, inovasi merupakan hal penting yang harus dimiliki di dalam benak setiap wirausahawan. Karena dengan terus berinovasi, kewirausahaan dapat menggabungkan antara keberlanjutan lingkungan, sosial dan ekonomi. Melalui penggabungan aspek-aspek tersebutlah lahir sebuah ide dan model bisnis baru yang lebih inovatif. Bertolak dari pemikiran tersebut, Jurusan Manajemen FE UNESA menyelenggarakan Seminar Nasional ke-II dengan tema **“Lustrum I: KITA Kukuhkan Kewirausahaan Inovatif Berkelanjutan dalam Persaingan Bisnis Era Digital”**.

Diharapkan dengan kegiatan seminar ini dapat membekali para peserta seminar dengan perkembangan praktik kewirausahaan yang lebih inovatif dan berkelanjutan pada era persaingan digital sehingga kegiatan ini dinilai sangat tepat untuk menyingkapi persaingan usaha saat ini. Kegiatan seminar dan *call for paper* ini terbuka bagi seluruh akademisi, praktisi, instansi pemerintah, LSM dan masyarakat umum yang ingin memaparkan hasil penelitian, pemikiran, maupun praktik-praktik terkait dengan kewirausahaan. Seminar dan *call for paper* ini juga ditujukan untuk memfasilitasi mahasiswa-mahasiswa yang ingin mengenal implementasi ilmu kewirausahaan dan manajemen dalam berbagai latar belakang situasi secara lebih dalam.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan ini. Ucapan terima kasih ini, secara khusus, kami sampaikan kepada para narasumber, pihak sponsor, peserta dan pemakalah yang telah berpartisipasi pada kegiatan ini. Penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan atas dukungan para pimpinan dan staf Fakultas Ekonomi khususnya para dosen dan



mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang bekerja keras demi kelancaran acara ini.

Semoga kegiatan ini menjadi bentuk partisipasi dunia akademik dalam membangun bangsa dan Negara Indonesia, terutama berkaitan dengan pengembangan Ilmu Manajemen di Indonesia.

Surabaya, 5 Oktober 2017
Ketua Panitia SENIMA 2

Yessy Artanti

SENIMA2

Susunan Panitia SENJMA 2

Pelindung dan Penasehat : **Dekan Fakultas Ekonomi**

Penanggung Jawab : **Ketua Jurusan**

Sekretaris Jurusan

Ketua Panitia : **Yessy Artanti, S.E., M.Si.**

Sekretaris 1

Nindria Untarini, SE, M.Si.

Sekretaris 2

Nurul Indawati, SE., M.M.

Bendahara 1

Monika Tiarawati, SE., M.M.

Bendahara 2

R.A. Sista Paramita, SE., M.Si.

Koordinator Sie Acara:

Yuyun Isbanah, SE., M.SM.

Anggota:

Achmad Kautsar, SE., M.M.

Koordinator Sie Prosiding &

Kesekretariatan:

Widyastuti, S.Si., M.Si.

Anggota:

Drs. Ec. Budiono, M.Si.

**Koordinator Sie Perlengkapan &
Keamanan:**

Nadia Assandimitra, SE., M.M.

Anggota:

Hafid Kholidi Hadi, SE., M.SM.

**Hujjatullah Fazlurrahman, SE.,
M.B.A.**

Norman Arief, SE.

**Koordinator Sie Humas &
Pubdekdok:**

Dwiarko Nugrohoseno, S.PSi, M.M.

Anggota:

Trias Madanika K, S.Pd. SE., MM

Rosa Prafitri Juniarti, SE., M.SM

**Koordinator Sie Sponsorship
(DANU):**

Dr. Sri Setyo Iriani, SE., M.Si.

Anggota:

Sanaji, SE., M.Si.

Tias Andarini, SE, M.M.

Koordinator Sie Konsumsi:

Dr. Moh. Haris Balady, SE., M.M.

Anggota:

Yusnia Eka Rully, S.Pd.



Tim Reviewer

Prof. Dr. Dewie Triwijayanti, M.Si.	:	Universitas Negeri Surabaya
Dr. Purwohandoko, M.M.	:	Universitas Negeri Surabaya
Dr. Andre Dwijanto W. S.T., M.Si	:	Universitas Negeri Surabaya
Dr. Jun Surjanti, S.E., M.Si.	:	Universitas Negeri Surabaya
Dr. Anang Kistyanto, S.Sos., M.Si.	:	Universitas Negeri Surabaya
Dr. Musdholifah, S.E., M.Si.	:	Universitas Negeri Surabaya
Dr. Tony Seno Aji, S.E.	:	Universitas Negeri Surabaya
Agus Frianto, S.T., S.E., M.M.	:	Universitas Negeri Surabaya

SENIMA²

STRATEGI PENGEMBANGAN MODEL PENGELOLAAN SENTRA UMKM KAWASAN WISATA RELIGI DI JAWA TIMUR

Wahyudiono¹, JFX. Susanto Soekiman², Veronika Nugraheni Sri Lestari³

Universitas Narotama Surabaya¹, Unitomo Surabaya², Unitomo Surabaya³

Email korespondensi: wahyudiono18@yahoo.com

Abstract

This study is aimed to produce an effective management model of SME (Small, and Medium Enterprise) centers, with an object of SMEs center management on religious tourism areas in East Java, this study uses qualitative descriptive approach. The management model is a social engineering process in order to reconstruct a management model of SME centers including the following stages: a) identifying of SME management, b) mapping the SME center management model, c) formulating effective models, d) testing the effectiveness of the model, e) evaluating the effectiveness of the model and f) improvement of the management model of SME center. Data collection was obtained through interview with sample of data source and closed questionnaire. There were 50 respondents with purposive sampling technique. Modeling process of SME center management is formulated through focus group discussion from academics and other activists who have interest in SME. The results of the study have reconstructed the management model of SME center with the series of programs in two years to improve the competence of SMEs business management. The program is divided into three stages: a) management training, b) mentoring of training results and c) model development. The next phase of assistance is done through three levels: a) training materials assistance, b) monitoring assistance and c) mentoring of success. The training phase is a strategic program to design the competency of entrepreneurs through the preparation of training materials which is relevant to the needs of the SME community.

Keywords: Assistance, development, model, training, and success

1. PENDAHULUAN

Wisata religi merupakan salah satu tradisi masyarakat Indonesia yang sudah berlangsung sejak lama, khususnya ziarah ke makam “**wali Songo atau wali Limo**” yang tersebar di Jawa. Situs makam **wali Limo** di Jawa Timur yang terdiri makam Sunan Bonang, Sunan Drajad, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri dan Sunan Ampel rata rata telah dikunjungi peziarah sebanyak 6.998.588 orang/tahun. Potensi wisata ini turut mendorong tumbuh berkembangnya sentra UMKM pada kawasan wisata religi, namun kontribusinya terhadap nilai keekonomian masyarakat belum optimal, yang disebabkan oleh permasalahan klasik sentra UMKM yaitu kualitas sumberdaya manusia, akses sumber pembiayaan, penerapan sistem manajemen, akses informasi dan kemitraan usaha, oleh karena itu kompetensi bidang manajerial merupakan solusi efektif dalam pengelolaan UMKM, agar sektor ini mampu menjadi mesin penggerak perekonomian warga setempat. Upaya meningkatkan kompetensi manajerial melalui program pelatihan telah dilakukan oleh sekelompok masyarakat, organisasi pemerintah, kalangan profesi dan akademisi, namun masih bersifat parsial dan tidak berkelanjutan, hal ini yang menjadi satu penyebab mengapa model pengelolaan sentra UMKM berjalan tidak efektif, sehingga berimplikasi

pada capaian pertumbuhan UMKM yang rendah dan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat yang kurang optimal.

Program pelatihan manajerial sangat diperlukan untuk mendorong percepatan proses transformasi pengetahuan, namun program pelatihan tidak dapat berdiri sendiri karena terbukti tidak efektif untuk menciptakan model pengelolaan sentra UMKM yang memadai, hal ini dapat terlihat dari peran manajerial yang masih rendah dalam pengelolaan usaha UMKM. Kompetensi manajerial seharusnya dapat menjadi piranti untuk meningkatkan daya saing pengelolaan sentra UMKM yang efektif dan efisien, namun realitanya masih belum memberi kontribusi yang optimal bagi terciptanya nilai tambah keekonomian usaha UMKM, oleh karena itu diperlukan desain program pelatihan manajemen ter-*integrated* dan berkelanjutan untuk mendorong pengembangan sentra UMKM yang mandiri, agar mampu menghadapi persaingan masyarakat ekonomi Asean. Materi program pelatihan belum tentu dapat diimplementasi secara langsung dengan kondisi riil di sentra UMKM, karena setiap usaha memiliki karakteristik yang berbeda, oleh karena itu sudah saatnya untuk menggali dan mendesain model pengelolaan sentra UMKM yang relevan dengan kebutuhan pelaku usaha.

Manajemen merupakan proses mengubah visi menjadi produktif yang nyata (Bateman dan Snell, 2014: 5), oleh karena itu untuk meraih capaian yang terbaik perlu kepemilikan pengetahuan manajemen yang mumpuni. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai pelaku usaha juga membutuhkan konsep manajemen yang aplikatif sesuai dengan kondisi riilnya, namun orientasi manajemennya masih sangat lemah sehingga kinerjanya kurang optimal. Pengetahuan manajemen memiliki arti penting untuk membangun keunggulan daya saing dan perbaikan kinerja organisasi (Lee and Wong, 2015), demikian juga kebijakan yang berorientasi pada pembelajaran organisasi dapat meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia pelaku UMKM (Kim and Marsick, 2013), sedangkan karakteristik perusahaan turut menentukan kondisi tenaga kerja dan perbaikan sumber daya manusia pada sektor UMKM (Holten and Crouch, 2014). Pengetahuan manajemen sangat di butuhkan oleh pelaku UMKM agar dapat memiliki sumberdaya manusia yang berkompeten untuk membangun keunggulan daya saing dalam rangka menghasilkan kinerja yang optimum walaupun berada ditengah persaingan global dan terus berkembang.

Dukungan terhadap R & D, desain, investasi modal akan mendorong tindakan inovasi dalam melakukan perbaikan skill dan pembaharuan kemampuan UMKM (Love and Raper, 2015), sedang keputusan untuk berinovasi R&D melalui penggunaan ICT dibutuhkan untuk memberi pelayanan dan kepuasan pelanggan (Manjon *et al*, 2016). Inovasi merupakan langkah strategis membangun keunggulan daya saing, oleh karena itu pelaku UMKM harus memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi untuk mendukung kinerja usahanya, baik dalam penggunaan ICT, R&D maupun perbaikan pelayanan bagi kepuasan pelanggannya. Upaya ini tentunya dapat merespon perubahan selera konsumen, mengantisipasi bisnis global bahkan untuk mengarah pada bisnis yang berorientasi ekspor sehingga dapat meningkatkan kapasitas bisnisnya dalam meraih kinerja yang semakin baik.

Sumberdaya manusia sebagai pilar utama dalam bisnis harus ditingkatkan kemampuannya agar dapat mengimplementasikan berbagai kebijakan dalam bisnisnya. Kebijakan dalam perbaikan fasilitas yang sama bagi pelaku UMKM

mampu mendorong capaian kinerja menjadi lebih efektif (Chowdhury, 2016). Motivasi atas kesuksesan perusahaan lain ternyata dapat mendorong keberhasilan UMKM dalam meraih sukses melalui pasar ceruk (Stoll and Brookshire, 2012) dan pemilihan metode pelatihan terbukti memberi pengaruh berbeda terhadap peningkatan kinerja bagi UMKM (Jones *et al*, 2013), sedangkan supervisi dan masukan oleh praktek para akuntan terhadap pelaku UMKM, dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusianya (Jarvis and Rigby, 2012). Kualitas sumberdaya UMKM harus ditingkatkan fungsinya agar dapat dioptimalkan manfaatnya untuk menghasilkan kinerja yang baik, oleh karena itu berbagai langkah strategis harus dilakukan baik melalui program pelatihan, pendamping, motivasi, perbaikan fasilitas yang berorientasi pada peningkatan kompetensinya agar dapat mendorong capaian kinerja UMKM yang optimal.

2. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan model merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, karena penelitian ini ingin menyelesaikan permasalahan pengelolaan UMKM melalui pengembangan model yang holistik, oleh karena itu fokus terhadap permasalahan menjadi sangat penting. Penelitian memerlukan pendalaman dengan nara sumber secara langsung dan observasi terhadap subyek yang diteliti yaitu pelaku usaha UMKM kawasan wisata religi serta dilibatkan secara langsung sebagai sang aktor, tempat dan aktivitasnya, agar mampu mengungkap secara lengkap dengan sang aktor. Penelitian harus mengarah pada target yang diinginkan yaitu merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada kawasan wisata religi yang meliputi manajemen dan pengembangan, sehingga model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dapat di gunakan sebagai role model bagi pelaku UMKM agar pengelolaan usahanya menjadi lebih efektif dan efisien.

Obyek dan Nara Sumber

Obyek dalam penelitian ini adalah **situasi sosial** yang **terdiri dari tiga elemen yaitu tempat, pelaku dan aktivitas** (Spradley dalam Sugiyono, 2009: 215), dengan demikian yang menjadi obyek penelitian adalah pola pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh kelompok pelaku UMKM kawasan wisata religi yaitu makam Sunan Ampel, Sunan Maulana Malik Ibrahim, Sunan Giri, sunan Drajad dan Sunan Bonang. Nara sumber (informan) merupakan pihak yang terkait dengan obyek penelitian, oleh karena itu penentuan kualitas nara sumber sangatlah penting untuk menjamin validitas data yang dibutuhkan, dimana kualitas nara sumber ditentukan oleh sampel sumber datanya yaitu bagaimana memilih nara sumber yang mumpuni dan layak memberikan data yang diperlukan untuk mengungkap pola pengelolaan sentra UMKM yang di terapkan oleh pelaku usaha kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti **itu sendiri**, oleh karena itu **peneliti** harus memenuhi kriteria validasi yaitu sejauhmana peneliti siap untuk melakukan penelitian lapangan, memahami metode penelitian, memahami obyek penelitian baik secara akademik maupun logika. Instrumen penelitian terbagi menjadi dua kelompok peneliti yaitu instrumen peneliti dari kalangan pelaku

usaha yang berada di kawasan wisata religi. Sedangkan instrumen peneliti kedua dari kalangan akademisi dalam hal ini diwakili oleh dosen universitas Narotama yang lebih banyak berperan dalam mendesain konsep penelitian, menyiapkan kerangka berpikir, menentukan obyek dan nara sumber serta melakukan pengumpulan data dan analisis data. Instrumen penelitian harus tertuang dalam organisasi yang jelas, agar penelitian dapat berjalan sesuai dengan rencana.

14

Sampel Sumber Data

Sampel sumber data merupakan proses pemilihan sumber data yang valid yaitu bagaimana cara menentukan orang yang akan menjadi sumber data. Sumber data adalah pihak-pihak yang akan diamati dan digali informasinya, beliau di pandang layak mengetahui tentang situasi sosial yang diamati. Sampel sumber data dilakukan secara *purposive sampling* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel sumber data dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha yang mengetahui dengan benar tentang proses penerapan pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi. Sampel sumber data diperlukan untuk memperoleh data yang valid, oleh karena itu sumber data harus berasal dari pelaku usaha sentra UMKM kawasan wisata religi. Kompilasi kedua sumber data akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana perumusan model pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi yang efektif dan efisien.

9

Teknik Pengumpulan Data

11

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dalam hal ini menggunakan setting alamiah (*natural setting*) yaitu pengumpulan data langsung dari nara sumber yang relevan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui empat metode yaitu: a) observasi yaitu memperoleh data dengan cara mengamati langsung terkait pola pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi, sehingga dapat diperoleh gambaran secara alami tanpa intervensi, b) dokumentasi yaitu mengumpulkan data tertulis yang berasal dari dokumen yang di miliki pelaku usaha atau dokumen lainnya yang relevan dengan keperluan data, c) wawancara yaitu pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner tertutup guna memperoleh keterangan penting lainnya dan dilanjutkan melalui wawancara lebih mendalam agar dapat menggali informasi dengan nara sumber, d) triangulasi yaitu cara pengumpulan data melalui penggabungan tiga metode tersebut dengan harapan akan terjadi crosscek data.

Satuan Kajian (fokus amatan)

1. **Pelatihan Manajemen**, merupakan proses transformasi pengetahuan dari institusi pemerintah, perguruan tinggi atau lembaga lainnya kepada sekelompok masyarakat yang dilakukan melalui program terstruktur, sistematis dan terjadwal guna untuk meningkatkan kemampuan manajerial bagi pelaku UMKM baik berupa *skill* ataupun *softskill* yang tercermin sebagai kompetensi. Pelatihan manajemen meliputi aspek manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan pengembangan manajemen.
2. **Pendampingan Hasil Pelatihan**, merupakan upaya untuk menjamin keberlanjutan dari hasil pelatihan agar materi yang diperoleh dari pelatihan dapat diimplementasikan secara benar dan konsisten sesuai dengan tujuan

dilakukan program pelatihan. Pendampingan ini meliputi tahap pendampingan materi pelatihan, pendampingan monitoring dan pendampingan keberhasilan, agar program pendampingan ini akan memberi jaminan bahwa hasil pelatihan dapat diterapkan sesuai dengan yang direncanakan.

3. **Pengembangan Manajemen**, merupakan suatu proses pendewasaan dan memandirikan pelaku UMKM agar dapat terus bertahan ditengah persaingan serta siap untuk menghadapi perubahan yang terjadi dan berpeluang untuk menghambat keberlanjutan usaha UMKM di masa mendatang. Pengembangan manajemen bersifat dinamis dalam mengikuti perubahan sesuai dengan eranya terkait dengan kebutuhan sumberdaya, sensitivitas selera dan rekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM yang aplikatif.

Teknik Perumusan Model

Perumusan model dilakukan dengan menggunakan model analisis domain yaitu memberikan gambaran umum dan menyeluruh tentang pola pengelolaan sentra UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha di kawasan wisata religi. Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan obyek yang diteliti secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga diperoleh gambaran obyek secara lengkap. Untuk memberi gambaran rinci dalam pengumpulan data, mendiskripsikan hasil, menganalisis, membuat kesimpulan dan menyusun rekomendasi bagi pengambilan kebijakan atau penelitian lanjutan, maka tahapan perumusan model terdiri: a) mengidentifikasi pengelolaan sentra UMKM, b) memetakan model pengelolaan sentra UMKM, c) merumuskan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif d) menguji efektivitas model serta e) mengevaluasi efektivitas model melalui *focus group discussion* guna penyempurnaan model.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Perumusan Model

Pengelolaan sentra UMKM merupakan aktivitas dan seni manajemen yang harus dilakukan dalam mengelola suatu bisnis, agar semua kegiatannya dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang direncanakan, oleh karena itu model pengelolaan sentra UMKM pada kawasan wisata religi dapat dirumuskan sesuai dengan karakteristik masyarakat dan usahanya. Pengembangan suatu model memerlukan suatu kajian yang mendalam dan fokus agar dapat dirumuskan suatu model yang efektif dan dapat di implementasikan dengan cara yang efisien. Perumusan model yang baik harus memperhatikan beberapa aspek penting yaitu: a) memahami permasalahan riil di lapangan, b) mereduksi permasalahan yang memiliki nilai manfaat dan relevan dengan kondisi riil, c) merumuskan model, d) implementasi model dan e) mengevaluasi nilai kemanfaatan model.

Tahapan Rekonstruksi Model

1. Identifikasi karakteristik pengelolaan sentra UMKM, merupakan upaya mereduksi fokus kajian agar dapat mengungkap praktek riil pengelolaan sentra UMKM, dengan mendesain kuesioner. Berdasarkan observasi amatan sebanyak 50 orang dengan pertimbangan tertentu (*purposive-sampling*) agar dapat mencerminkan karakteristik dari sentra UMKM yang meliputi kawasan Sunan Ampel 20 orang, Sunan Giri 6 orang, Sunan Maulana Malik Ibrahim 2

orang, Sunan Bonang 14 orang dan Sunan Drajad 8 orang. Hasil observasi dan *indept interview* dengan ketua paguyupan, pelaku usaha dan pengunjung, maka dapat diidentifikasi beberapa fokus kajian yang terdiri: a) pelatihan manajemen, b) pendampingan hasil pelatihan dan c) pengembangan manajemen. Kuesioner menggunakan pengukuran skala Guttman yaitu jenis pengukuran skala yang bertujuan untuk memperoleh respon responden secara tegas dengan memberi jawaban “**Ya atau Tidak**” terhadap pernyataan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner.

2. Pemetakan pola pengelolaan sentra UMKM, upaya pemetakkan pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi. *Mapping* ini bertujuan untuk menggambarkan suatu pola yang sesuai dengan karakteristik pengelolaan sentra UMKM, sehingga dapat dipergunakan sebagai rujukan dalam merumuskan model yang efektif. Jawaban pernyataan “**ya**” dari 50 responden akan dikelompokkan tiga kategori: a) kategori **rendah** jika jawaban “**ya**” $\leq 34\%$, b) kategori **sedang** jika jawaban “**ya**” antara $35\% - 68\%$, dan c) kategori **tinggi** jika jawaban “**ya**” antara $69\% - 100\%$. Mengacu jawaban “**ya**” dari 50 responden, maka dapat dipergunakan merekonstruksi **model pengelolaan sentra UMKM yang efektif**, sebagaimana di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1: Pemetakan Karakteristik Pengelolaan Sentra UMKM

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Re nd ah	Se da ng	Ti ng gi
		$\leq 34\%$	$35-68\%$	$\geq 69\%$
K-1	Memiliki kompetensi yang memadai untuk mendukung pengelolaan usaha saudara	28%		
K-2	Pernah mengikuti program pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas terkait	32%		
K-3	Mengharap ikut program pelatihan agar dapat mendukung usahanya menjadi lebih baik			78%
K-4	Pentingnya memiliki organisasi yang layak agar dapat mendukung usaha yang lebih baik			76%
K-5	Manfaat pelatihan untuk memperbaiki pengelolaan usaha yang lebih baik			74%
K-6	Pernah memperoleh program pendampingan dari dinas terkait	22%		
K-7	Pernah memperoleh pinjaman modal dari lembaga perbankan (BPR atau bank umum)	24%		
K-8	Keberhasilan usaha karena memiliki kompetensi mengelola usaha dengan benar	22%		
K-9	Mengikuti program pelatihan yang terkait dengan cara mengelola usaha dengan baik	28%		
K-10	Pernah memperoleh tawaran mengikuti program pelatihan manajemen dari dinas terkait	26%		

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Re nd ah	Se da ng	Ti ng gi
		≤ 34 %	35- 68 %	≥ 69
K-11	Mengharap adanya pelatihan yang terkait dengan cara mengelola usaha dengan baik			78 %
K-12	Usaha saudara selalu berorientasi pada selera dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan		46 %	
K-13	Selalu melakukan inovasi dan kreativitas dalam memberi pelayanan/produk yang terbaik		44 %	
K-14	Pernah memperoleh pelatihan terkait dengan pengembangan usaha yang inovatif		38 %	
K-15	Mengharap untuk memperoleh pendampingan pasca pelatihan dari lembaga terkait			77 %
K-16	Pentingnya pengembangan manajemen yang inovatif agar usahanya tetap berkelanjutan			76 %
K-17	Mengharap dapat mengikuti program pengembangan manajemen yang inovatif			80 %
Nilai Rata Rata		26 %	48 %	77 %

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan karakteristik pola pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi sebagai berikut: a) berbagai pelatihan manajerial pernah diikuti oleh pelaku UMKM tetapi tidak mampu mengimplementasikannya dengan baik, karena tidak adanya program pendampingan, b) pasca program pelatihan tidak ada monitoring secara terchedule dan berkelanjutan sehingga tidak diketahui tingkat keberhasilannya, c) berbagai tipe pelatihan manajerial telah membuka wawasan dan bermanfaat menambah kompetensinya, namun tidak optimal dalam implementasinya, d) pelaku UMKM belum memiliki kompetensi yang memadai untuk pengelolaan usahanya, e) mengharap dapat mengikuti program pelatihan secara terstruktur, karena bermanfaat untuk peningkatan kompetensinya, g) mengharap adanya program pendampingan pasca pelatihan, karena dapat menjadi mentor dalam implementasi hasil pelatihan. Berdasarkan karakteristik tersebut dapat dijadikan acuan untuk merekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dan aplikatif.

3. Rekonstruksi model, tahapan mereduksi permasalahan yang relevan untuk merumuskan model pengelolaan sentra UMKM, sehingga dapat dipergunakan untuk pengelolaan usahanya warga yang efektif dan efisien. Rekonstruksi model dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: a) program pelatihan, b) program pendampingan, c) pengembangan manajemen, yang dapat ditampilkan dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 1: Rekonstruksi Model Pengelolaan Sentra UMKM

4. Pengujian efektivitas model, merupakan rekonstruksi situasi yang dianggap sebagai cara yang praktis dan efektif untuk mengungkap apa yang dirancang dalam model telah sesuai dengan harapan pelaku UMKM. Tahap pengujian model meliputi: a) identifikasi indikator yang dalam model, b) menentukan jenis skala pengukuran yaitu skala Likert dan hasil pengukuran dengan menggunakan skala interval yaitu lima tingkatan, c) mendesain kuesioner yang terkait dengan pengungkapan persepsi pelaku usaha, d) menyebarkan kuesioner kepada 15 responden dengan *purposive sampling*, e) tabulasi data atas jawaban responden, f) telaah secara mendalam tentang persepsi pelaku usaha terkait dengan model

Tabel 2: Persepsi Responden atas Model Pengelolaan Sentra UMKM

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden					Nilai (%)
		1	2	3	4	5	
1	Pelatihan manajemen pemasaran bermanfaat untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	1	8	6	86,7
2	Pelatihan manajemen SDM bermanfaat untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	5	8	2	76,0
3	Pelatihan manajemen Keuangan bermanfaat untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	3	9	3	80,0
4	Pelatihan pengembangan manajemen bermanfaat untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	5	9	1	74,7
5	Program pendampingan meningkatkan kompetensi bidang manajemen pemasaran	-	-	-	8	7	89,3
6	Program pendampingan meningkatkan kompetensi bidang manajemen SDM	-	-	1	7	7	88,0
7	Program pendampingan meningkatkan kompetensi bidang manajemen Keuangan	-	-	7	5	3	74,7
8	Program pendampingan meningkatkan kompetensi bidang pengembangan manajemen	-	-	-	9	6	88,0
9	Pengembangan manajemen akan meningkatkan kompetensi manajemen pemasaran	-	-	3	9	3	80,0
10	Pengembangan manajemen akan meningkatkan kompetensi manajemen SDM	-	-	9	6	-	88,0
11	Pengembangan manajemen akan meningkatkan kompetensi manajemen Keuangan	-	2	9	4	-	82,7
12	Pengembangan manajemen akan meningkatkan kompetensi manajemen SDM	-	2	9	4	-	82,7

2	kompetensi daya saing ke depan	7
Total Nilai Persepsi Responden		82,6

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel diatas menunjukkan bahwa “rumusan model pengelolaan sentra UMKM telah dipersepsi dengan sangat layak oleh responden, hal ini tercermin dari skor rata rata persepsi untuk 12 pernyataan sebesar 82,6%, sedangkan masing masing pernyataan memiliki nilai skor terendah sebesar 74,7%, oleh karena itu rekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM sudah tidak memerlukan perbaikan lebih lanjut.

5. Evaluasi efektivitas model, merupakan rekomendasi atas rekonstruksi model melalui *focus group discussion* yang meliputi beberapa catatan yaitu perlunya desain program pelatihan yang terkait dengan kebutuhan manajemen agar masyarakat dapat meningkatkan *hardskill* dan *softskill* yang lebih memadai terkait dengan aspek tata kelola organisasi, manajemen pemasaran dan aspek keuangan, sehingga pelaku usaha sebagai subyek dan obyek dapat memiliki kompetensi yang lebih mumpuni untuk mengelola usaha yang sudah ditekuni selama ini dan dijadikan sandaran ekonomi bagi kehidupan keluarganya, bahkan kedepannya nanti sentra UMKM di kawasan wisata religi dapat menjadi sistem perekonomian yang terstruktur dan mandiri.

Program Pelatihan Manajemen

Pelatihan manajemen merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM, oleh karena itu pelatihan ini sangat dibutuhkan untuk mempercepat proses transformasi di bidang manajerial, dengan harapan pelaku UMKM di kawasan wisata religi dapat mengelola usahanya dengan baik melalui penerapan prinsip prinsip manajemen yang modern dan aplikatif, baik manajemen pemasaran, keuangan, sumberdaya manusia dan pengembangan manajemen, dengan uraian sebagai berikut:

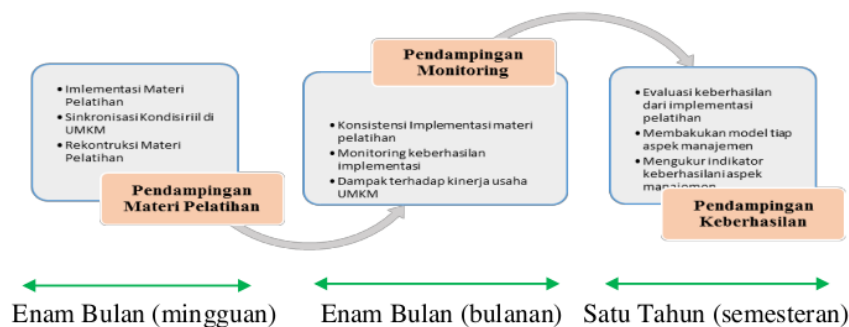
1. **Pelatihan manajemen pemasaran**, diarahkan pada upaya bagaimana membangun strategi pemasaran produk menjadi lebih baik yang menyangkut kreativitas dalam pemilihan barang, lebel kemasan, harga jual yang layak, cakupan pasar, penawaran promosi serta memberi pelayanan kepada pengunjung dengan beretika dan santun. Upaya melakukan peningkatan pada kemampuan pemasaran bagi pelaku UMKM melalui pemberian jenis pelatihan yang sangat diperlukan yaitu pelatihan tentang kretativitas pemilihan barang, penentuan harga yang kompetitif serta menjalin komunikasi dengan pembeli. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan potensi pemasaran barang dagangannya menjadi lebih strategis dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.
2. **Pelatihan manajemen keuangan**, merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha sentra UMKM dalam hal pengelolaan keuangan menjadi lebih baik yang menyangkut sumber pendanaan, pembukuan/akuntansi, pemanfaatan informasi, kemitraan dengan lembaga pembiayaan, pembuatan laporan keuangan. Upaya konkrit untuk meningkatkan pengelolaan keuangan, maka pelatihan yang diperlukan oleh pelaku usaha adalah jenis pelatihan akuntansi dan penyusunan laporan keuangan yang aplikatif dengan kondisi usahanya dan pemanfaatan informasi untuk

memperoleh akses permodalan. Pelatihan ini diharapkan dapat mendorong pelaku usaha dapat mengelola aktivitas usahanya dengan cara yang lebih sistematis, cermat dan efektif sehingga dapat diterapkan untuk pengambilan keputusan yang relevan.

3. **Pelatihan manajemen sumberdaya manusia**, upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola sumberdaya manusia yang lebih bijak dan bermartabat terkait dengan peningkatan *hardskill* dan *softskill*, sehingga jenis pelatihan yang sangat dibutuhkan adalah pelatihan peningkatan keterampilan dalam mengelola usahanya serta mengoptimalkan fasilitas yang berada di kawasan wisata religi lebih bermartabat dan bermanfaat. Pelatihan ini diharapkan masyarakat akan lebih bijak dalam menggunakan kompetensinya dan dapat meningkatkan keterampilan yang lebih baik lagi, sehingga aktivitas usahanya menjadi inovatif, kreatif dan bernilai ekonomis di pasar sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. **Pelatihan pengembangan manajemen**, merupakan upaya meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengikuti perubahan situasi yang bersifat dinamis untuk menjamin keberlanjutan usahanya karena kemajuan teknologi dan informasi, hadirnya persaingan global dan perubahan selera konsumen. Pelatihan ini diharapkan dapat memacu budaya inovatif dan kreatif yang terkait dengan pengembangan manajemen UMKM, agar aktivitas dari masyarakat dapat berjalan lebih baik, mampu mengantisipasi perubahan selera konsumen yang dinamis, orientasi pada pelanggan, menggali informasi terkait dengan selera dan kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan pengunjung, kinerja yang meningkat. Pengembangan manajemen merupakan suatu konsep untuk menjamin keberlanjutan usaha sentra UMKM dengan tetap bertahan pada posisi strategisnya tanpa memberi dampak pada kinerjanya.

Program Pendampingan

Pendampingan merupakan upaya untuk menjamin keberlanjutan implementasi hasil pelatihan secara benar dan konsisten sesuai dengan tujuan pelatihan. Hal yang sering diabaikan pengambil kebijakan terkait dengan pelatihan adalah membiarkan para pelaku usaha berjalan sendiri tanpa adanya monitoring yang memadai, sehingga dalam kurun waktu tertentu hasil pelatihan tidak dimanfaatkan oleh masyarakat dengan baik. Pendampingan merupakan program yang tidak dapat dipisahkan dengan program pelatihan, dengan tujuan untuk memastikan bahwa materi pelatihan dapat diimplementasikan dengan cara yang benar dan sesuai dengan kondisi riil yang ada di lapangan. Program pendampingan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: a) pendampingan materi pelatihan, b) pendampingan monitoring dan c) pendampingan keberhasilan pelatihan. Model yang efektif sangat menekankan pada pentingnya program pelatihan yang dilanjutkan dengan program pendampingan, karena sering terjadi berbagai pelatihan yang pernah dilakukan mengalami kegagalan pada tingkat implementasinya, oleh karena itu hasil dari pelatihan harus dijamin dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik dan kondisi riil di lapangan, mengikuti perubahan kondisi terkini yang dirasakan oleh pelaku usaha yang terus berkembang secara dinamis. Adapun detail program pendampingan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2: Model Pendampingan Pasca Pelatihan

Gambar diatas menunjukkan bahwa program pelatihan akan memberi dampak yang positif pasca pelatihan dan memberi kemanfaatan setelah diimplementasikan, karena kondisi pelaku usaha yang masih belum mandiri. Model pendampingan harus dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan riil pelaku UMKM, sehingga materi pelatihan dapat diimplementasikan dengan cara yang benar serta memberi dampak positif terhadap keberhasilan usahanya. Program pendampingan yang baik membutuhkan waktu dua tahun yang terbagi menjadi tiga tahapan yang meliputi:

1. Pendampingan materi pelatihan, membutuhkan waktu enam bulan tujuannya adalah memberi pendampingan bahwa materi pelatihan yang diperoleh dapat direkonstruksi dan dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM, terutama yang terkait dengan penyesuaian atas materi pelatihan dengan kondisi riil pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan mampu melakukan penyesuaian materi, modifikasi materi pelatihan yang lebih selaras dengan kondisi riil, sehingga implementasi semua aspek manajerial dapat diterapkan dengan baik dan monitoring dapat berjalan dengan konsisten melalui konsultasi secara langsung setiap minggu dengan para mentor selama proses pendampingan berjalan.
2. Pendampingan monitoring, membutuhkan waktu enam bulan bertujuan melakukan monitoring implementasi materi pelatihan yang telah dijalankan selama semester pertama. Melalui pendampingan monitoring diharapkan serangkaian penerapan aspek manajerial yang telah dilakukan pendampingan selama semester pertama berjalan sesuai yang direncanakan serta melihat secara langsung keberhasilan implementasi semua aspek manajemen terhadap aktivitas usaha UMKM. Monitoring akhir dari tahap ini adalah untuk mengukur dampak positif pada kinerja usaha pelaku UMKM serta perkembangan usahanya yang terukur melalui perolehan laba, pertumbuhan modal dan kesejahteraan warga.
3. Pendampingan keberhasilan, dilakukan pada tahun kedua selama dua semester, dengan masa kunjungan setiap akhir semester yang bertujuan untuk memastikan keberhasilan implementasi aspek manajemen terhadap aktivitas usaha UMKM dengan melakukan evaluasi keberhasilan atas penerapan materi pelatihan, merenkonstruksi setiap aspek manajemen serta membuat indikator indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan dari aspek

manajemen terhadap kinerja usaha UMKM di kawasan wisata religi dalam kurun waktu tertentu sehingga dapat diketahui kinerja usahanya.

Program Pengembangan

Tahap pengembangan merupakan upaya proses mendewasakan dan memandirikan pelaku UMKM agar dapat terus bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin kompleks dan rumit. Tahap ini menekankan bagaimana para pelaku usaha UMKM dapat berbudaya inovatif dan kreatif dalam mengikuti perubahan manajerial yang aplikatif dan mampu memandu aktivitas usahanya dari waktu ke waktu melalui implementasi manajerial yang memadai. Perubahan aktivitas usaha pasti terjadi karena perubahan faktor selera pembeli, faktor lingkungan, faktor persaingan, faktor internal bahkan adanya faktor perubahan global, oleh karena itu model pengelolaan sentra UMKM harus *diupdate* dan diinovasi sesuai dengan kebutuhan pada eranya sehingga pengelolaan usaha menjadi efektif. Tahap pengembangan dapat dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Mengidentifikasi perubahan selera yang terjadi ditengah masyarakat terutama perubahan selera pembeli, tingkat persaingan, kebutuhan produk, pemasaran dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi informasi menjadi media komunikasi bagi pembeli, oleh karena itu perubahan selera pembeli harus direspon sebagai peluang inovasi bukan suatu hambatan.
2. Mengidentifikasi kebutuhan sumberdaya yang diperlukan untuk mewujudkan dan memenuhi kebutuhan perubahan yang terjadi ditengah masyarakat dengan tingkat kompleksitas yang ada dan kerumitan yang terjadi.
3. Rekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM, karena dirasa sudah tidak mampu memenuhi kebutuhan manajemen, perubahan tata kelola yang semakin kompleks, tuntutan pengendalian yang rumit merupakan indikasi perlunya pengembangan manajemen yang lebih memadai.
4. Perubahan pengembangan yaitu kebutuhan untuk melakukan penyesuaian model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dan efisien, sehingga mampu untuk mengelola usahanya menjadi layak, capaian kinerja proses yang lebih memadai dan capaian kinerja hasil yang lebih baik, oleh karena itu diperlukan sikap proaktif dari pelaku usaha untuk terus mengantisipasi bahwa perubahan bukan malapetaka tetapi justru peluang untuk melakukan kreativitas dan inovasi manajerial yang aplikatif sehingga mampu memberi layanan yang “*superior value*” bagi pembeli dan masyarakat serta mampu mendatangkan benefit yang menarik bagi pelaku usaha sendiri dan menjamin keberlanjutan usahanya di masa mendatang.

4. KESIMPULAN

Mengacu pada pembahasan model sebagaimana yang diuraikan diatas, maka dapat penulis kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan pengelolaan sentra UMKM kawasan wisata religi masih belum berjalan optimal khususnya penerapan aspek manajemennya baik manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan pengembangan manajemen, sehingga memberi efek yang kurang baik bagi perkembangan dan keberlanjutannya usahanya dimasa mendatang

2. Model pengelolaan sentra UMKM pada aspek manajerialnya terdiri tiga tahap yaitu: a) tahap pelatihan, b) tahap pendampingan dan c) tahap pengembangan, dimana tahap pendampingan harus dilakukan dalam kurun waktu dua tahun yang terdiri: a) enam bulan untuk penerapan hasil pelatihan, b) enam bulan kedua untuk pendampingan monitoring, c) satu tahun terakhir untuk pendampingan keberhasilan.
3. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya memberi ruang yang memadai bagi warga kawasan wisata religi dalam mengoptimalkan nilai keekonomian sumberdaya masyarakat masuk kedalam struktur perekonomian formal, agar dapat membantu terbentuknya “*value added activities*” yang optimal sehingga mampu mengungkit pertumbuhan sektor UMKM dan kegiatan ekonomi masyarakat.

Saran

Mengacu pada rekonstruksi model pengelolaan sentra UMKM, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlunya optimalisasi peran stakeholder baik kalangan akademisi, birokrasi dan pelaku bisnis bersinergi untuk mengembangkan program pelatihan manajerial bagi pelaku UMKM agar pengelolaan usahanya berjalan efektif sehingga dapat memacu kinerjanya menjadi lebih baik
2. Peningkatan pemberdayaan masyarakat dalam rangka memperkuat nilai tawar UMKM dalam perekonomian nasional, karena UMKM memiliki potensi yang besar menyumbangkan pendapatan domestik regional bruto. Potensi sumber daya masyarakat harus dioptimalkan baik terkait dengan kearifan lokal, bakat keterampilan dan integritasnya terhadap eksistensi UMKM di kawasan wisata religi di Jawa Timur.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menekankan aspek manajerial yang diterapkan dalam pengelolaan sentra UMKM terutama aspek manajemen pemasaran, sumber daya manusia, manajemen keuangan dan pengembangan manajemen, sedangkan aspek lingkungan, nilai kearifan lokal dan budaya masyarakat tidak ikut dalam amatan, mungkin hal ini dapat mempengaruhi dalam penyusunan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif dan memadai
2. Penelitian ini tidak membedakan skala usaha UMKM, pengalaman dalam berusaha, modal yang dimiliki, proses pembelajaran dalam bisnis, keikutan dalam organisasi atau paguyupan yang tentunya mempengaruhi kompetensi dari pelaku UMKM dalam implementasi pengelolaan sentra UMKM

Implikasi

1. Model pengelolaan sentra UMKM yang efektif merupakan rekonstruksi penerapan model yang berorientasi pada pengembangan kompetensi manajerialnya, sehingga dapat memberikan nilai tambah keterampilan dalam pengelolaan pemasaran, sumber daya manusia, keuangan maupun pengembangan manajemen dimasa mendatang, dengan harapan dapat meningkatkan usahanya lebih baik, kemampuan aspek manajerial agar kemampuan kompetensinya dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat dan pelaku UMKM.
2. Model pengelolaan sentra UMKM yang memadai mampu menjadi instrumen yang strategis untuk meningkatkan kompetensi pengelolaan usahanya menjadi lebih produktif, pertumbuhan usaha menjadi lebih terarah dan tingkat

kesejahteraan masyarakat semakin baik, sehingga sentra UMKM dapat menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri serta mendorong ekonomi kreatif yang semakin meningkat melalui pemberdayaan sumberdaya masyarakat.

5. REFERENSI

- 10
Bateman, Thomas S. dan Snell, Scott A. (2014). *Manajemen: Kepemimpinan dan Kerjasama dalam Dunia yang Kompetitif* 13 (Alih Bahasa: Ratno Purnomo, Willy Abdillah), Edisi 10, Buku 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- 12
Chowdhury, Sayani Roy and Chowdhury, Sahana Roy. (2016). Policy Reforms and SME Performances: A Comparison of Two Major EMEs. *Emerging Economy Studies*, Sage Publication, 2(2) 145-155
- 7
Holten, Ann Louise and Crouch, Colin. (2014). Unions in Small-and Medium-Size Enterprises: A Family Factor Perspective. *European Journal of Industrial Relations*. Vol. 20 (3) 273-290
- 3
Jarvis, Robin and Rigby, Mike. (2012). The Provision of Human Resources and Employment Advice to Small and Medium-Size Enterprises: The Role of Small and Medium-Size Practices of Accountants. *International Small Business Journal*, 30 (8) 944-956
- 5
Jones, Paul., Beynon, Malcolm J., Pickernell, David and Packham, Gary. (2013). Evaluating the Impact of Different Training Methods on SME Business Performance. *Environment of Planning C: Government and Policy*. Volume 31, pages 56-81
- 6
Kim, Young Saing and Marsick, Victoria. (2013). Using the DLOQ to Support Learning in Republic of Korea SMEs. *Advances in Developing Human Resources*. 15 (2) 207-221
- 8
Lee, Cheng Sheng and Wong, Kuan Yew. (2015). Knowledge Management Performance Measurement in Micro-Small and Medium Size Enterprise: An Exploratory Study. *Business Information Review*, Vol. 32 (4) 204-211
- 4
Love, James H and Roper, Stephen. (2015). SME Innovation, Exporting and Growth: A Review of Existing Evidence. *International Small Business Journal*. Vol. 33 (1) 28-48
- Manjon, Juan 4 Vicente Garcia and Mompo, Rafael. (2016). Accelerating Innovation in Small and Medium Size Enterprises in the ICT Service Sector. *Sage Open*, July-September, 1-9
- Stoll, Emely E and Brookshire, Jung E.Ha. (2012). Motivations for Success: Case of U.S Textile and Apparel Small-and Medium Size Enterprises. *Clothing and Textiles Research Journal*. 30 (2) 149-163